

НАУЧНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ КАК ФАКТОР РОСТА УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассмотрены основные факторы, определяющие уровень конкурентоспособности промышленного предприятия. Доказана решающая роль менеджмента персонала в формировании конкурентной позиции предприятия и его продукции. Сформированы предложения по управлению уровнем конкурентоспособности предприятия.

Basic factors determining the level of competitiveness of industrial enterprise are considered. The deciding role of management of personnel in forming of competition position of enterprise and his products is proved. Suggestions on the management by the level of competitiveness of enterprise are formed.

Ключевые слова: конкурентоспособность, продукция, рынок, предприятия, менеджмент персонала, конкурентные преимущества.

Процессы становления в Украине рыночной экономики, открытость отечественного экономического пространства для экспорта современных технологий и продукции, возникшие в последнее время возможности для роста промышленного производства, постепенное расширение инвестиционного процесса приводят к осознанию необходимости обеспечения конкурентоспособности как важнейшего фактора поступательного развития экономики страны. Однако реализация этих возможностей наталкивается на различные препятствия, связанные, прежде всего, с неустойчивостью работы большинства предприятий. Показательны, в частности, объёмы производства основных видов продукции машиностроения. Наибольшее сокращение объемов имело место в производстве технически сложной продукции, характеризующемся значительным квалификационным уровнем персонала, мелкосерийным и среднесерийным типами производства.

Большинство современных рынков характеризуется как конкурентные. Отсюда вытекает настоятельная необходимость в изучении конкуренции, ее уровня и интенсивности, в знании сил и рыночных факторов, оказывающих наибольшее влияние на конкуренцию и ее перспективы. Предварительным, но обязательным этапом исследований конкуренции на рынке является сбор и анализ информации, необходимой, в конечном итоге, для выбора конкурентных стратегий. Полнота и качество собранной информации во многом определяют эффективность дальнейшего анализа.

Основным этапом анализа конкуренции на рынке является **оценка степени подверженности рынка процессам конкуренции** на базе анализа основных факторов, обуславливающих интенсивность конкуренции. Поскольку конкурентная среда формируется не только под влиянием борьбы внутриотраслевых конкурентов, для анализа конкуренции на рынке в

соответствии с моделью М.Портера учитываются следующие группы факторов [1,3,5]:

- соперничество среди конкурирующих на данном рынке продавцов (“центральный ринг”) – *ситуация в отрасли*;
- конкуренция со стороны товаров, являющихся заменителями – *влияние товаров-заменителей*;
- угроза появления новых конкурентов – *влияние потенциальных конкурентов*;
- позиции поставщиков, их экономические возможности – *влияние поставщиков*;
- позиции потребителей, их экономические возможности – *влияние покупателей*;
- позиции персонала и методов управления им на предприятиях изготовителях и потребителях продукции.

Каждая из рассматриваемых сил конкуренции может оказывать различное как по направлению, так и по значимости воздействие на ситуацию в отрасли, а их суммарное воздействие в итоге определяет характеристики конкурентной борьбы в отрасли, прибыльность отрасли, место фирмы на рынке и ее успешность.

Мы обращаем особое внимание на роль менеджмента персонала в укреплении конкурентных позиций фирм на рынке, так как именно персонал является основным индикатором рыночного успеха.

Однако истинное значение конкурентоспособности появляется только тогда, когда производитель выходит со своим товаром на рынок, когда товар на рынке противостоит аналогам других производителей и товарам-заменителям. Только в том случае, если товар обладает конкурентным преимуществом (более низкой ценой или более высокой потребительной стоимостью по сравнению с товарами-конкурентами), он будет реализован, т.е. подтвердит свою конкурентоспособность при наличии у покупателя выбора между данным товаром, товарами-аналогами и товарами-заменителями.

Традиционно основные резервы роста конкурентоспособности предприятий промышленности связывались с четырьмя основными направлениями: производством новых видов продукции, экономией затрат, реструктуризацией бизнеса (слияния и поглощения) и качеством менеджмента персонала на предприятии [2]. Причем, последний фактор в ряде случаев играет решающую роль. При должной гибкости и адаптивности управления это позволяло противостоять переменам на рынках и обеспечивать устойчивое функционирование. Однако интенсификация информационных процессов на рынках делают такой подход недостаточным.

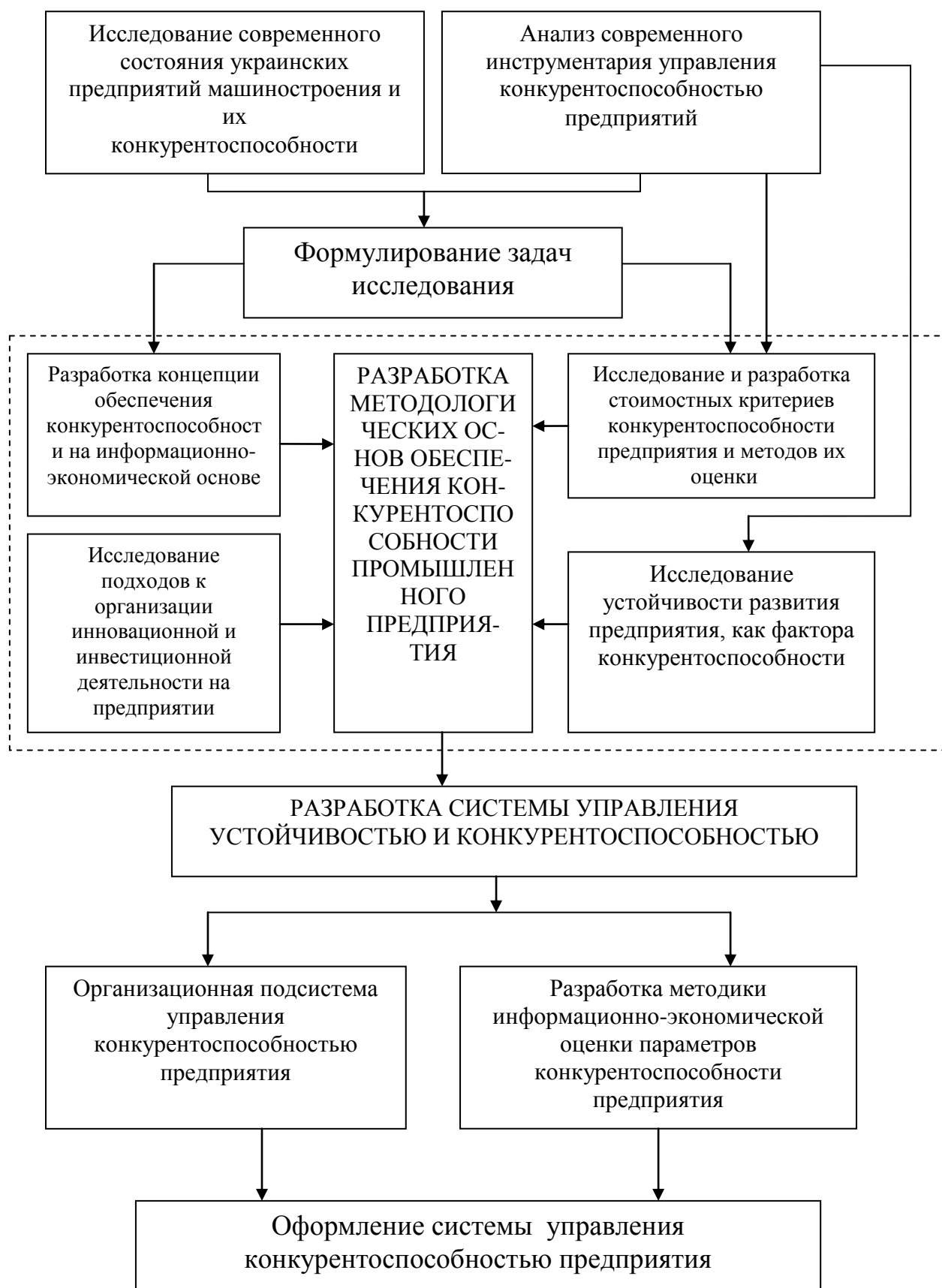


Рис. 1. Структурно-логическая последовательность действий определения конкурентоспособности предприятий машиностроения

Определение фактора управления персоналом в качестве основного требуют континуума между экономическими (стоимостными) и информационными аспектами функционирования предприятия, позволяет говорить о необходимости целостного информационно-экономического подхода к управлению конкурентоспособностью. Отсюда можно сделать вывод о том, что качество менеджмента персонала в основном зависит от уровня информатизации предприятия, от того, насколько точно и своевременно высший, средний и низший менеджмент обеспечивается необходимой информацией для принятия обоснованных и, следовательно, эффективных решений.

Конкурентоспособность продукции, производимой предприятием и конкурентоспособность предприятия в целом являются взаимозависимыми категориями, существующими в неразрывном единстве. Однако они являются различными объектами управления и должны рассматриваться дифференцированно при решении задач обеспечения конкурентоспособности. При управлении конкурентоспособностью предприятия (КС) в целом в качестве объекта управления должны рассматриваться его производственные системы.

Наша позиция заключается в том, что в условиях глобализации и становления информационного общества конкурентоспособность предприятия определяется совместным действием трёх факторов: финансового состояния; устойчивости функционирования и степени развития производственных систем предприятия, каждый из которых может быть оценен соответствующим интегральным показателем. Предприятие является конкурентоспособным на товарных рынках и рынках факторов производства при условии, что каждый из интегральных показателей находится в допустимых пределах, определяемых характером производственных систем предприятия и окружающей его социально-экономической среды.

Динамика расходов на собственные исследования и разработки во многом формирует характер КС и технологического развития в рамках выделенных стадий. Как показывает анализ, этот характер определяется, прежде всего, соотношением между инновационными и имитационными (квазиинновационными) процессами.

Приходящие в страну зарубежные технологии, по мнению автора, не обеспечивают автоматического пополнения активов собственного сектора НИОКР. В частности, о таком пополнении на основе импорта передового оборудования можно говорить, лишь после освоения воплощенных в этом оборудовании знаний, что требует соответствующих затрат.

Конкурентная стратегия предприятия должна обеспечивать преодоление «ловушки технологического иждивенчества» – ситуации, при которой консервируется технологическое отставание предприятия, а его развитие обуславливается исключительно заимствованными технологиями. Могут быть сформулированы условия преодоления такой ловушки [2]:

- коррекция рыночной нормы накопления, исходя из учета долгосрочной перспективы развития;

- отказ от ориентации только на стационарные траектории роста в пользу траекторий форсированного развития, по крайней мере, до тех пор, пока не будет преодолен принципиальный рубеж между догоняющими и лидирующими компаниями;

- отказ от попыток преодоления этого рубежа в режиме полностью автономного развития;

- инвестиционная поддержка национального сектора НИОКР (как собственного, так и отечественных организаций-субподрядчиков), исходя из учета не только краткосрочных возможностей экономии ресурсов за счет использования зарубежных разработок, но и необходимости развития собственного научно-технологического потенциала, способного в определенной мере компенсировать ограниченность доступа к новейшим технологиям.

Так как большинство отечественных машиностроительных предприятий функционируют в условиях догоняющего развития, рациональное технологическое заимствование, в соответствии с авторской позицией, является необходимым условием их конкурентоспособности. При отборе заимствуемых технологий необходимо придерживаться стратегии опережающей коммерциализации технологий, сочетая заимствуемую технологическую информацию с собственными НИОКР.

Наряду с формированием общей инновационной стратегии предприятия, по мнению автора должна быть решена задача отбора конкретных разработок для заимствования и оценки результатов собственных НИОКР. Для оценки технических решений важны показатели их соответствия современным тенденциям развития экономических систем, текущим характеристикам делового цикла и другие характеристики, отражающие прогрессивность технологий и других объектов, входящих в проект. Это может быть сделано путем оценки эволюционных характеристик проекта. При этом параметрами, которые характеризуют степень развития производственной системы или проекта по её развитию и обуславливают степень влияния производственной системы на конкурентоспособность предприятия, являются ее информационно-экономические параметры, позволяющие отнести бизнес-процессы, осуществляемые с использованием производственной системы или разработки, к тому или иному технологическому укладу.

Литература.

1. Воронов А.А. Оценка и менеджмент конкурентоспособности продукции. — Краснодар, 2003.
2. Зеленская О.А. Совершенствование информационно-экономических механизмов обеспечения конкурентоспособности предприятий//Автареф....канд.кон.наук.- Ростов-наДону : НЧПИ, 2007.- 20с.
3. Сан-Чжун Ли. Российская автомобильная промышленность: конкурентоспособность и привлечение иностранного капитала // Вопросы экономики. — 2000. — № 2.
4. Светульников С.Г., Литвинов А.А. Конкуренция и предпринимательские решения. — Ульяновск, 2000. — С. 118. \

5. Смирницкий Е.К. Экономические показатели бизнеса. — М., 2002. — С. 122-123.
6. Фаскиев Х., Ситникова О. Конкурентоспособность автомобиля и ее моделирование на стадии проектирования // Маркетинг. — 2000. — № 5. — С. 45.